

**【思想如虹】**

利益面前，业主急速加价，中介持币收购，虽说有点荒诞感，却也在情理之中。

深圳老旧房屋坍塌能否加快旧改

马虹玫

近日，深圳市罗湖区一老旧小区内，有楼房突然倾斜倒塌。万幸的是，因旧改原因，该房屋早已无人居住，因此未发生人员伤亡。附近楼住户得到通知及时撤离，躲过一劫。警察、消防、社区工作站等各部门随即展开救援。这本是一起房屋安全事故的新闻，亲历者心有余悸。事件随后的走势，却一改其应有的沉重的调性而变得荒诞喜感。

发生事故的和平新居，位于罗湖区渔农村附近。穿过几条小马路，便是深圳河，河对岸就是香港。离此不远，是深圳商业消费最旺盛的人民南、蔡屋围等片区，集中了万象城、金光华、KKmall、地王大厦等高档商场。从繁华的商业片区转入高架林立、烟火气息浓郁的住宅区，宛如进入另一个世界。房屋老态毕现、设施陈旧缺失。搜索各大购房网站，此类型房屋的价格，

往往低于关外新楼盘一大截。

眼看周围高楼拔地而起，住在这种老社区的居民，心态颇为复杂。相当一部分的一手业主，有能力的早就另购他处，将房屋或出租或转卖。留下来的业主，无不期盼早日进入城市更新序列，一圆自己的新房梦。在深圳，同一地段，旧房与更新之后的新盘，价差甚至达到一倍左右。因此，待更新的老旧房屋，进入开发商和中小散户投资者的视线。目前，和平新居网上挂牌均价，每平方米约45000元，与周边同区域同档次房屋大致相当。距离和平新居不算远的罗湖万象城一带，2009年入市的次新盘幸福里，单价在10万上下。假如和平新居旧改成功，每平方米房价保守估计有近一倍的收益，因此，房屋坍塌引来各方躁动。利益面前，业主急速加价，中介持币收购，虽说有点荒诞感，却也在情理之中。

深圳旧改项目主要分三大类型：

旧村改造；旧工厂旧工业区改造，如厂房和宿舍等；本文讨论的对象为第三种，即红本旧住宅区改造。此类旧改项目，因签约难、不确定性强、拆迁难，而成为最难搞定的旧改类别。许多项目往往在改造意向签约阶段便停滞不前，难以继续往下推进。

回到因坍塌而涨价的和平新居，买到就是赚到吗？不妨再来回顾本月内有关旧改的另一则新闻。8月初，一则《木头龙旧改最后4户仍拒签49名业主在10年等待中离世》的报道，让这个拉锯12年之久的旧改项目进入大众视野。木头龙小区地处罗湖区中心区，建于上世纪80年代初，小区占地约7万平方米，拟拆迁房屋栋数共61栋，总户数为1340户。2007年，深圳益田集团进驻木头龙小区开展旧改筹备工作，2010年，木头龙获批深圳城市首批旧住宅区城市更新项目。自2007年至今的12年中，99.7%的业主都已签约，仍有4户迟迟不肯签约，

并拒绝谈判，还有一户住在危楼内不肯搬出。据公开的补偿协议显示，益田对木头龙是按照1:1.3的比例进行拆迁补偿。在2015年颁布的《城市更新条例》草案中，市场呼唤已久的拆迁补偿标准已经进行更改。按照规定，建筑物产权置换按照建筑物使用面积（套内建筑面积）测算，置换比例不得低于1:1，但不得高于1:1.3。从2011年到2015年期间，开发商每年向已搬出的业主支付的租金已超过了7000万元。租金标准，也从60元/平方米提高到70元/平方米，年租金补贴升至一亿元。

2010年4月，木头龙、南苑新村、金钻豪园、鹤塘小区、华泰小区、龙潭花园、海涛花园、桥东片区，共同被列入《2010年深圳市城市更新单元规划制定计划》第一批计划，也就是作为深圳城市更新第一批8个旧住宅区改造项目。益田集团财大气粗，开发实力不可小觑，可是，就连它，也搞不定木

头龙最后未签约的0.3%。

商品房更新项目周期长、不可控因素多，深圳市“双百签约”的规定看似保护了物权财产权，实际上，是否忽略了利益之前的人性复杂性。一方面，我们喜见深圳市对于物权的尊重，另一方面，类似木头龙这样的情况频频出现，政府也应该兼顾多方利益，妥善处置才好。

罗湖区南湖街道办昨日贴出告示，对居民进行临时疏散和安置。罗湖区政府在事发当晚，组织专家进行勘察，并及时发布通告，称善后处置进行中。政府介入和处置速度不可谓不迅速，此为点赞之处。深圳市商品房住区旧改项目，多为上世纪80年代建盖，它们和它们老迈的业主们，还能经受多少次，经受多少年的日晒雨淋，如何才能科学快速地从根源上解决问题，考验着政府的执政思维，也考验着旧改参与各方的心态取舍。

（作者系深圳作家）

**【缘木求鱼】**

在上海这种生活快节奏的大都市，有闲且有情趣、有钱且舍得花钱的人群，相对“三千网红”而言，规模还是太小了。

巨型企业身后的“涟漪”

木木

前几天，有个热心人，写了篇怀旧味道浓厚的“悼文”，追思了一下上海滩已经倒掉的40家“网红店”——都是些颇具另类味道、传奇色彩的小餐饮店。虽然“60后”的老徐对这40家小店一个也不认识，但从怀旧人发出的美轮美奂的照片看，这些“网红店”似乎还真真是实至名归，别说“小资”们看了会心旌摇曳，老徐看了也动心。

不过很可惜，“自古红颜多薄命”，这些有特色、有品位的“风流人物”，还是难免一个接一个地被“雨打风吹去”的命运。究其原因，本质上也不过经营成本难以覆盖收入罢了，难以盈利，倒掉就是唯一的结局。

这些“窃据”繁华之地的小店，需要应付的最大成本，是高企的地租。一

方面，店面起租原本就高，另一方面，小店搞得越红火，房东就越有下狠手的提租冲动，几个回合下来，“网红”自然没了坚持下去的能力和心气儿。除此之外，员工成本也不低。“上海居，大不易”，薪水不给付到足以让员工在此地活下去的境界，恐怕没人愿意陪着店主“玩”；而“居，大不易”的一个重要因素，还是房价过高。高房价对“毫芥经济”的侵害力，全世界都一样。其间的经济逻辑，也没什么深奥难懂之处。

这是供方的“死穴”。就需方而言，在上海这种生活快节奏的大都市，有闲且有情趣、有钱且舍得花钱的人群，相对“三千网红”而言，规模还是太小了，这些“慢生活”的标志性“供给”，数量实在有点几多，步子实在有点几超前，否则，就绝不会出现目前这种“江山代有网红出，各领风骚三两天”的局面。其

实，相较于上海、成都、重庆之类的西部大都市，或许更适合这类“网红店”的生存；当然，那里也有那里的问题。

总的来说，在北上广深这类生活成本高昂的地方，“毫芥经济”的生存都比较艰难；其实，也不惟北上广深如此，这种“不友好”的态度，是经济发展历程中的一个世界通病。在这样的地方，想赚钱也有可能赚到钱的，往往都是那些议价能力极强的“大块头”，块头越大，占便宜越多；而且“强者恒强”，只要自己不发育，各方面的资源一定会从四面八方持续地汇集过来。这不但是社会经济发展规律，更是自然的规律。从过去和现在的经济实践看，这个规律一直在发挥作用，而且，随着技术的进步，作用力还越来越强。

最新的例子就是Costco上海店的开业。很难想象，和平时期，在比较

正常的市场环境和市场情绪下，一家刚开张的综合超市，会被过于热情的消费者“挤兑”到临时“停牌”半天、第二天开门限流的地步。虽然也有人警告，许多最终“走麦城”的外资超市，在开业之初，都曾如此红火过——言外之意也很明确，但稍加分析，与那些落寞远去的“前辈”相较，Costco或许走的真是另外一条路。

以会员服务为宗旨、为生存基础，不靠卖货赚钱，使Costco对商品提供者的议价更具主动性，议价能力得到极大拓展。就实质而言，Costco这是在为会员“叫价”；从某种或许不太严谨的意义上说，Costco“抢”过了“阿里巴巴”或者“京东”，以及其他许多电商立业之初的“大旗”，甚至在服务意愿、服务能力和实际服务效果上，似乎还更胜一筹，为此受到消费者的热烈追捧，

也就再自然不过。

如果Costco能保持住自己的优势，甚至还能把握住一些最新政策带来的发展契机，比如农村集体用地的放开，为将来进一步降低建店成本或房租成本拓展了想象空间，在很大程度上，就有了避免像那些“前辈”一样“走麦城”的基础。Costco的这些经营优势，显然是那些“网红店”难以具备、也难以抗衡的。

这几天，许多人预言，“廉价”的Costco上海店的开张，将使许多诸如“代购”之类“小经济体”，逐渐消失；但是，如“Costco上海店代购”之类的一些新业态，或许就会随之萌发。这都是可期待的变化。这也算是一个巨型企业前进造成的“涟漪”吧，在许多行业都不鲜见。

（作者系证券时报记者）

**【念念有余】**

人们为了迷幻一下自己，愿意支付的价码是惊人的。

白酒迷幻剂

余胜良

资本市场将白酒放在食品饮料板块中，我觉得是不确切的，谁会拿白酒当食品或者饮料呢？

白酒中有酒精，酒精与化工有关，但是，把白酒放在化工板块中也不确切。我觉得白酒应该是一种致人迷幻的药品，如果按照这样的归类来算，一种仅在中国销售的白酒能有上万亿元的市值，也就很理解了。

白酒这个大类太厉害了。酒精类饮料有很多，和白酒相比，黄酒、葡萄酒、啤酒统统都是小角色。人们总结的原因是，黄酒是地方性酒品，受众区域有限；葡萄酒是舶来品；啤酒有点低端不上档次。其实都没有说到点子上。真

正的原因在于这些酒度数太低，一杯白酒能达到的效果，需要灌多少啤酒、葡萄酒才能达到？

人们端坐饭桌旁，等着凉菜上齐，等着打开瓶盖，心里是有所期待的，期待凉菜垫肚，白酒灌入喉咙之后，快速融入血液，舌头稍微麻木，脑袋一紧，马上就疏松，再喝上几杯，这时候味道就上来了，菜也香了几分，眼周围发红，转圈的速度慢了下来，看什么都漂亮了几分。

我一个朋友告诉我，丽江之所以吸引游客，因为海拔高缺氧，人们迷迷糊糊的，看什么都漂亮，男男女女凭空就好看。平原上氧气足，看什么都实在在在。酒能让人们暂时进入缺氧状态，人们说话的声音大了起来，热烈起

来，连恸人的胆也壮了几分，平时放在嘴里不好说出的话，脱口就吐出来。

熟人不用说，桌子上的陌生人也能很快变成失散多年的亲戚，妙语连珠，也不知道对不对，反正反对的人不多，人们都竭力附和着，让整个场面弥漫着酒精撑起来的情谊。

如果仅仅是为了应酬，喝酒的确挺辛苦，但事情不仅仅这么简单。有人说说着辛苦，还会赶赴酒场，喝酒之后，的确会暂时忘记一些烦恼，抛却一些纠结，让头脑更简单的晕乎一会儿，酒精放倒了人身上的一部分，重要的一部分还站立着。

有人说，酒精的功效是让人暂时摆脱社会属性，回归到自然属性。这完全是瞎说，酒桌上领导还是领导，老大

还是老大，谁也不会乱了分寸。敬酒时的恭敬，一点都不会打折，酒精倒是让人做这一切的时候更自然，就像强劲音乐下的舞蹈，如果没有这音乐，舞蹈就显得夸张可笑。

喝了酒的人，依然是敏锐的，底色都在各自身上。酒精让人抛却日常矜持，喝过酒，说过分一点儿的话，也容易被理解。喝酒的人绝对不想倒下，酒桌上想让别人倒下的人也越来越少，大家都想借酒舒服一下，而不是难以下。

醒来之后，一切如故，喝酒时的亲密甚至会有点尴尬。但是只有那几个小时，甚至把小时稍微轻松一点的光光，就已很值得了。

那接下来就是，为了这几个小时

的轻松，人们愿意付多少钱？不同的价码不一样，可能几块钱的二锅头也能让人放松一阵子。但有人愿意用更高价码，让自己的放松显得更高端一点，这种迷幻感觉的价码，比穿好一点儿的衣服，吃好一点儿的饭，弹性更大。

中国人对高度白酒需求这么强烈，平时活得辛苦过得压抑，希望短暂解脱一下，另一方面就是社交更为频繁，东亚社会社交网络组织关系严密，白酒是打破情感交流障碍的助推剂。

市面上有两种迷幻神经的商品可以公开发售，一种是烟草，一种就是酒精类饮料，和酒精类饮料相比烟草利润更大。这两者都说明人们为了迷幻一下自己，愿意支付的价码是惊人的。

（作者系证券时报记者）

老区农业如何发展

沈凌

十几年前我从德国回到中国的时候，就自费去延安瞻仰过红色革命遗迹，算是比较领先的不忘初心吧。不过，这几年来，随着人民生活的日益改善，网上的户外旅游者发掘出不少革命老区的新景点，于是，这个暑假我再次去陕北，探访了一个叫定边的小城。

说是小城，但是我们并没有去县城看什么景，而是直接去了那里的农田。因为这时候的定边农田，是花海。五十万亩的荞麦地，绽放着从浅到深不同程度的粉色荞麦花，组成了浪漫而壮丽的景色。而且，不知道是由于季节刚好，还是当地人故意错落种植，

在粉色荞麦地之间，还分布着一片片的油菜花和向日葵，金黄色调和着粉红色，搭配在一起让人更加沉醉不知归路。

这样的景色，其实一直存在。只不过在过去人们不太在意，认为荞麦是只能用来吃的，油菜是只能用来榨油的。但是现在的城市人在慢慢厌倦了都市里面的钢筋水泥之后，对于农村的平常景色，也稀罕起来。于是，农田变成了花海，也有人杜撰出“观赏农业”一个新词来。这就好比我家乡的一道菜“黑鱼双吃”，不光是要用锋利的刀片把黑鱼鱼肉剔下来做醋溜，还要把鱼架子炖汤，一点儿不浪费才好。

农业发展也需要“一农双吃”甚至

于“一农多吃”。

我们到这片定边花海的时候，就没有机会双吃或者多吃。当地政府据说在前几天开了一个定边花海的仪式，就拍拍屁股走人了。除了农地里弄了一个黄土飞扬的停车场，我觉得他们什么也没干。这样的花海，美国当然是美的，但是我们却待不了太久。因为花海的一望无际对我们来讲毫无意义，我们无法去丈量这五十万亩，哪怕其中十分之一，除了拍几张照片，也没啥可干。

这个问题不独存在于定边，定边隔壁的盐池县据说是著名的滩羊产地，但是很可笑的是：我们到滩羊博物馆里看到了几头水泥雕塑的羊，立在

花园里。难道是想告诉游客，这里的滩羊绝种了吗？

其实，这样的农业性资源还有很多开发的渠道。在荷兰的郁金香花田里，游客可以租自行车，沿着路标在花田里面骑车，既能锻炼身体，也能欣赏到更加大的范围。在浙江的油菜花海里，政府往往会在附近的高山上修建游步道，或者平地里搭建瞭望塔，容游客登高望远，因为这样的大面积花海不同于江南园林的曲径通幽，唯有登高远眺看起来才气势磅礴。

除了这样的各种各样的远观近看，更加重要的是开发各种各样的附加值产品。过去白面吃不到才吃粗粮，现在的粗粮价格早就贵过了大米

白面。荞麦花海边是不是应该展示一些有关于当地荞麦的特色介绍，并有一些参与性比较强的旅游活动？比如传统的磨粉做面的手艺，进而可以结合现代物流，扩大当地农产品的市场销路。

这一点，去过法国的朋友都知道，男人去葡萄园参观，花费最多的是喝的和买的葡萄酒；女人喜欢去的薰衣草农田是免费的，但是购买的香水却是价值连城的；如果你带着孩子去澳大利亚，他们的农场还可以看如何刷羊毛，牧羊犬如何指挥羊群，这些对小游客都是极具吸引力的。所以这方面的深耕挖潜，依然大有可为。

（作者系德国波恩大学经济学博士）

**【庙堂江湖】**

农业发展也需要“一农双吃”甚至于“一农多吃”。